

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang

Salah satu indikator terpenuhinya kesejahteraan hidup adalah terpenuhinya kebutuhan-kebutuhan dasar (Maslow dalam Feist dkk., 2013). Pemenuhan kebutuhan-kebutuhan tersebut berkaitan dengan konsumsi barang-barang dan menggunakan berbagai jasa yang diperoleh dengan uang. Walaupun demikian, barang dan uang sebenarnya tidak berkontribusi apapun dalam pencapaian kebahagiaan jika barang dan uang tidak dikaitkan dengan *being-value* yang menjadi kunci aktualisasi diri (Maslow, dalam Feist dkk., 2013). Dengan demikian, orientasi materialistis pada satu sisi sangat manusiawi karena mendukung hajat hidup manusia, namun di sisi lain juga dapat merugikan manusia (Husna, 2016).

Pada individu yang materialis, tujuan dari memiliki barang bukan karena kebermanfaatan yang positif dari barang itu sendiri, melainkan karena adanya harapan akan keuntungan psikologis dari kepemilikan terhadap benda-benda tersebut, seperti popularitas, identitas, hingga kebahagiaan. Penggunaan barang-barang ditunjukkan untuk mencapai “kesempurnaan tubuh”, “kehidupan yang baik”, dan simbol “diri yang ideal”. Oleh karena itu, uang dianggap penting karena hanya dengan uang, individu materialis dapat membeli barang-barang (Banerjee & Dittmar, 2008).

Materialisme merupakan paham yang berfokus pada pentingnya harta benda, barang milik pribadi, serta pemerolehannya sebagai tujuan hidup, parameter kesuksesan, dan sumber kebahagiaan (Richins & Dawson, 1992). Paham ini berkembang sebagai sifat kepribadian, keyakinan serta nilai pada hidup seseorang (Belk, 1984; Kasser dkk., 1993; Richins & Dawson, 1992). Tujuan hidup utama orang yang materialistis adalah uang, menjadi orang kaya atau orang yang sukses secara finansial (Kasser dkk., 1993).

Sebagai sifat kepribadian, individu yang memiliki tingkat materialisme yang tinggi memiliki sifat pelit dan posesif atas barang milik pribadi, dan iri hati (*envy*) atas barang milik orang lain yang dianggap lebih bagus (Belk,

Zararah Yusri Nasution, 2021

**PENGARUH INTENSITAS PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM TERHADAP MATERIALISME YANG DIMODERASI RASA SYUKUR PADA REMAJA DAN EMERGING ADULTS DI KOTA BANDUNG**

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

1984). Oleh karena itu, individu yang memiliki tingkat materialisme yang tinggi cenderung suka menimbun atau menyimpan barang, pelit, tidak suka memberi atau beramal, cenderung membenci karena iri hatinya, bahkan hingga memiliki niat buruk pada orang yang diirikan (Husna, 2016). Dengan begitu, materialis cenderung mengabaikan pentingnya hubungan sosial, pengalaman, dan prestasi dikarenakan penilaiannya terhadap kesuksesan yang berdasarkan kuantitas dan kualitas harta benda yang didapatkan.

Tingginya nilai materialistik ini memiliki dampak psikologis tertentu pada individu yang bersangkutan. Ketika nilai materialistik menjadi sesuatu yang dianut pada sistem nilai diri seseorang maka akan menurunkan *personal well-being*, cenderung kurang merasakan kepuasan hidup, kurang puas dengan standar hidup mereka, kehidupan keluarga mereka serta kurang puas dengan kesenangan yang mereka rasakan (Kasser dkk., 2004; Richins dan Dawson 1992). Materialisme yang tinggi adalah anteseden bagi rendahnya motivasi belajar intrinsik dan meningkatnya motivasi belajar ekstrinsik serta rendahnya performa akademik (Goldberk dkk, 2003). Selain itu materialisme juga berpengaruh besar terhadap perilaku *compulsive* dan *excessive buying* Dittmar & Kapur (2011).

Tingginya nilai materialisme yang dianut seseorang juga dapat memicu munculnya perilaku kriminal. Hal ini sejalan dengan pendapat Zehr dalam Sabiq dkk. (2019) yang menyatakan bahwa materialisme merupakan sebuah penyakit yang menimpa masyarakat modern yang dapat meningkatkan kriminalitas. Lebih spesifik (Atmadja & Atmadja, 2019) menyatakan bahwa salah satu penyebab korupsi adalah nilai hidup materialisme yang mendewakan materi/kepemilikan harta benda tanpa memperhatikan bagaimana cara mendapatkannya. Dampak nilai hidup materialis berupa tindakan kriminal juga terjadi seorang pemuda berusia 18 dan 22 tahun yang berkali-kali mencuri demi memenuhi gaya hidup mewah dan dapat diperlihatkan kepada sang pacar (Solo Pos, 2019). Hal serupa juga terjadi pada remaja seperti pada fenomena tiga siswa SMP yang melakukan pencurian hingga 82,5 juta milik panti asuhan karena ingin hidup mewah untuk dipamerkan kepada temannya (Sosok.id, 2020).

Penelitian terdahulu dengan jelas menyatakan bahwa materialisme menggerogoti kalangan usia muda (Dreher, 2019). Mereka menganut materialisme sebagai nilai yang sangat penting dalam hidup. Penelitian yang dilakukan Rahmadina (2020) menyatakan bahwa *emerging adult* memiliki tingkat materialisme yang tinggi dan oleh karena itu menjadi lebih rentan mengalami kecemasan. Penelitian menunjukkan masa remaja merupakan fase yang kompleks yang ditandai dengan penurunan harga diri sehingga menempatkan kepemilikan harta benda untuk diterima di kelompok usianya (Chaplin dkk., 2019). Chan (2003) menjelaskan tingkat kriminalitas pada usia muda dipengaruhi oleh tingginya tingkat keyakinan bahwa objek material merupakan tujuan hidup dan sumber kebahagiaan. Dengan demikian peneliti menganggap bahwa materialisme pada remaja dan *emerging adults* perlu dicegah ataupun dikendalikan dengan penanaman nilai-nilai hidup yang lebih sehat.

Seiring perkembangan teknologi, media sosial dianggap sebagai media yang dapat menyebarkan materialisme (Kasser dkk., 2004). Penelitian Ahluwalia & Sanan (2015) menunjukkan bahwa media sosial sebagai produk dari internet menjadi agen yang dapat menyebarkan materialisme. Hal ini disebabkan oleh budaya berbagi konten kehidupan yang ada dalam kehidupan dunia maya. Konten yang diunggah di media sosial biasanya berisi kegiatan sehari-hari yang menggambarkan kehidupan ideal penggunanya yang sering mengaitkan kepemilikan harta benda sebagai tanda kebahagiaan, kesuksesan, status sosial, dan kepuasan hidup seseorang (Dittmar & Kapur, 2011). Hal tersebut sejalan dengan penelitian yang dilakukan Richins & Dawson (1992) menyatakan bahwa semakin sering individu terpapar informasi/konten gambaran ideal yang sering mengaitkan kepemilikan harta benda sebagai tanda kebahagiaan, status sosial, kesuksesan, dan kepuasan hidup di media sosial, individu akan semakin meyakini bahwa harta benda merupakan hal yang penting di dalam hidup, sehingga mereka akan berfokus pada kepemilikan harta benda serta pemerolehannya.

Salah satu media sosial yang berkontribusi terhadap tingginya tingkat materialisme usia muda di Indonesia adalah media sosial Instagram

(Sukmaraga, 2018). Instagram merupakan media sosial yang menduduki peringkat ketiga dengan pengguna aktif tertinggi di Indonesia pada 2019 setelah YouTube dan Facebook (We Are Social, 2020). Instagram merupakan layanan media sosial yang menawarkan fitur inovatif beserta kepraktisan penggunaannya. Dengan keanekaragaman fitur yang inovatif tersebut, seseorang dapat membagikan apa yang dilakukan dan dirasakannya kepada para pengikutnya. Artinya, budaya berbagi tersebut juga mencerminkan intensitas penggunaan media sosial yang tinggi yang memungkinkan penggunanya saling berbagi (mengunggah dan melihat) konten berupa gambaran kehidupan ideal orang lain.

Masyarakat Indonesia sebagai negara dengan pengguna Instagram tertinggi ketiga, memiliki potensi yang lebih besar untuk terpapar berbagai informasi terkait materialisme melalui paparan konten materialisme di Instagram yang dapat mengembangkan nilai-nilai materialisme. Oleh karena itu perlu diteliti pengaruh intensitas penggunaan media sosial Instagram untuk mengetahui kontribusinya terhadap materialisme remaja dan *emerging adults* di Indonesia.

Berdasarkan wawancara untuk melihat fenomena, peneliti menemukan bahwa MY (24 tahun) dan EN (16 tahun) merasa bahwa Instagram merupakan tempat membagikan hal-hal seperti, kecantikan, harta/kekayaan, dan gaya hidup mewah yang sedang tren. EN merasa bahwa ketika melihat gaya hidup mewah yang dibagikan temannya di Instagram ia merasa ingin memiliki gaya hidup yang serupa, seperti menggunakan produk ponsel serta pakaian dari merek ternama, liburan ke luar negeri, serta makan di restoran mahal. Dengan memiliki gaya hidup mewah seperti itu, membuatnya merasa bahagia karena bisa memiliki banyak teman. MY merasa Instagram tempat untuk memperlihatkan kesuksesan finansial seperti karir yang bagus dan pendapatan yang tinggi sehingga bisa menggunakan pakaian dan mobil dari merek terkenal, dan berlibur ke luar negeri. MY merasa semakin sering ia melihat postingan seperti itu, semakin ia merasa bahwa karir yang bagus dan uang yang dihasilkan sebetulnya sangat membantu kita untuk merasa bahagia di kemudian hari. Postingan tersebut sering membuatnya merasa iri, sedih, dan rendah diri ketika mengingat ia belum memiliki kesuksesan finansial karena

tidak memiliki pekerjaan yang ideal.

Pada dasarnya berbagai dampak buruk intensitas penggunaan media sosial Instagram terhadap materialisme juga turut ditentukan oleh adanya *gratitude*/rasa syukur yang dimiliki oleh individu yang bersangkutan. Rasa syukur merupakan suatu bentuk emosi positif dalam mengekspresikan kebahagiaan dan rasa terima kasih terhadap segala kebaikan yang terjadi (Seligman, 2002).

Rasa syukur dan materialisme dapat dianggap sebagai pertentangan konseptual. Penelitian yang ada menunjukkan bahwa materialisme berkorelasi negatif dengan rasa syukur (McCullough dkk., 2002; Rakrachakarn dkk., 2015; Froh dkk., 2011; Siddiqui, 2019). Rasa syukur mengharuskan fokus pada orang lain dan manfaat yang telah diberikan orang lain dalam kehidupan seseorang (Lambert dkk., 2009), sedangkan materialisme berfokus pada diri dan pentingnya sumber daya materi untuk diri sendiri (Richins & Dawson, 1992). Rasa syukur berhubungan dengan menikmati apa yang sudah dimiliki (McCullough dkk., 2004), sedangkan materialisme sering dimotivasi oleh keinginan untuk lebih (Roberts dkk., 2015).

Individu yang bersyukur akan menghabiskan waktu lebih banyak untuk melakukan hal-hal yang bermakna, menjadi lebih murah hati, dan mendukung orang-orang dalam kehidupan mereka daripada berjuang untuk kekayaan dan kepemilikan materi (Polak & McCullough, 2006; Chaplin dkk. 2019). Individu yang bersyukur menghargai apa yang mereka miliki dan orang-orang di sekitarnya, sehingga tidak berfokus pada pemerolehan harta dengan tujuan mendapat kebahagiaan. Oleh karena itu, rasa syukur tampaknya penting untuk perkembangan psikologis yang lebih sehat karena ini memfokuskan individu pada bagaimana kehidupan mereka didukung oleh lingkungannya—bukan benda material yang meningkatkan perasaan dihargai dan rasa aman yang berkorelasi negatif dengan nilai-nilai materialisme (Froh dkk., 2011; Chaplin dkk., 2019).

Berdasarkan pertentangan konseptual tersebut, diduga pada individu yang memiliki tingkat rasa syukur yang tinggi, intensnya penggunaan media sosial Instagram tidak diikuti dengan materialisme yang tinggi. Dengan kata lain rasa

syukur diduga akan melemahkan efek negatif intensnya penggunaan media sosial Instagram terhadap materialisme.

Dalam kajian psikologi, belum ditemukan adanya penelitian yang menggunakan *gratitude*/rasa syukur sebagai variabel moderator pada pengaruh intensitas penggunaan media sosial Instagram terhadap materialisme remaja dan *emerging adults* di Kota Bandung. Oleh karena itu, peneliti bermaksud mengkaji pengaruh variabel tersebut untuk menambah literatur.

Berdasarkan uraian-uraian di atas peneliti terdorong untuk mengkaji pengaruh intensitas penggunaan media sosial Instagram terhadap materialisme yang dimoderasi oleh *gratitude*/rasa syukur pada remaja dan *emerging adults* awal di Kota Bandung untuk memperkaya literatur terkait intensitas penggunaan media sosial, materialisme, dan rasa syukur pada remaja dan *emerging adults*.

## **B. Pertanyaan Penelitian**

Berdasarkan paparan dalam latar belakang tersebut, maka masalah dalam penelitian ini, yaitu: apakah rasa syukur memoderasi pengaruh intensitas penggunaan media sosial Instagram terhadap materialisme remaja dan *emerging adults* di Kota Bandung?

## **C. Tujuan Penelitian**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui peran rasa syukur pada pengaruh intensitas penggunaan media sosial Instagram terhadap materialisme pada remaja dan *emerging adults* di Kota Bandung.

## **D. Manfaat Penelitian**

### **A. Manfaat Teoretis**

1. Penelitian ini diharapkan dapat digunakan untuk membuka wawasan mengenai intensitas penggunaan media sosial Instagram, rasa syukur, dan materialisme pada remaja dan *emerging adults* di Indonesia.
2. Penelitian ini diharapkan dapat memberi sumbangan bagi ilmu pengetahuan psikologi khususnya pada cabang ilmu psikologi positif

yaitu variabel rasa syukur dan perkembangan usia remaja dan *emerging adults*.

#### B. Manfaat Praktis

1. Penelitian ini diharapkan dapat menjadi salah satu sumber informasi bagi remaja dan *emerging adults* yang menjelaskan dampak buruk penggunaan media sosial yang terlalu intens sehingga menimbulkan kesadaran untuk mengurangi intensitas penggunaan media sosial dan nilai hidup materialisme.
2. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi remaja dan *emerging adults* untuk meningkatkan rasa syukur.
3. Penelitian ini diharapkan dapat menjadi sumber informasi yang menyadarkan remaja dan *emerging adults* akan dampak buruk dari nilai hidup materialisme terhadap kesehatan mental dan tindak kejahatan.